

ABSTRACT

This study discusses the analysis of customer satisfaction AHASS Cikutra workshop in Bandung on the dimensions of service quality. Aimed to determine whether the customer is satisfied with the quality of services provided by the workshop AHASS, based on the dimensions of service quality. Dimensions of service quality consists of tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy. Samples from this study as many as 95 respondents. The results of the research has been done is the dimension of empathy get good results at 21.11%. Dimensions of responsiveness and assurance to get good results by 6.84% and 8.52%. While the tangible dimension and reliability need to be addressed, improved in order to make customers feel satisfied with the quality of services provided by the workshop AHASS.

Keywords : *tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy*

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang analisis kepuasan pelanggan bengkel Ahass Cikutra di Bandung berdasarkan dimensi kualitas pelayanan. Bertujuan untuk mengetahui apakah pelanggan sudah merasa puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak bengkel Ahass, berdasarkan dimensi kualitas pelayanan. Dimensi kualitas pelayanan terdiri dari *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*. Sampel dari penelitian ini sebanyak 95 responden. Hasil yang didapat dari penelitian yang telah dilakukan adalah dimensi *empathy* mendapatkan hasil yang baik sebesar 21,11%. Dimensi *responsiveness* dan *assurance* mendapatkan hasil yang cukup baik sebesar 6,84% dan 8,52%. Sedangkan dimensi *tangible* dan *reliability* perlu lebih diperhatikan, ditingkatkan agar dapat membuat pelanggan merasa puas dengan kualitas jasa pelayanan yang diberikan oleh pihak bengkel Ahass.

Kata kunci : *tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy*

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Lembar Pengesahan	ii
Surat Pernyataan Keaslian Skripsi	iii
Kata Pengantar	iv
<i>Abstract</i>	vi
Abstrak	vii
Daftar Isi.....	viii
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar.....	xiii
Daftar Lampiran	xiv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	2
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	2
1.4 Kegunaan Penelitian.....	3
1.5 Sistematika Penulisan.....	3

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Pemasaran	5
2.2 Strategi Pemasaran	5
2.3 Bauran Pemasaran.....	9
2.3.1 Pengertian Bauran Pemasaran.....	9
2.3.2 Unsur-Unsur Bauran Pemasaran	9
2.3.3 Konsep Pemasaran	10
2.4 Pengertian Jasa.....	10
2.4.1 Merancang dan Mengelola Jasa	10

2.4.2 Kategori Bauran Jasa.....	11
2.4.3 Karakteristik Jasa	11
2.4.4 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>) Perusahaan Jasa	12
2.4.5 Strategi Pemasaran Untuk Perusahaan Jasa	15
2.5 Kualitas Pelayanan Jasa	17
2.5.1 Pengertian Kualitas	17
2.5.2 Mutu Produk Jasa.....	17
2.5.3 6 Unsur Pelayanan Perusahaan Jasa.....	18
2.5.4 Manajemen Mutu Total.....	18
2.6 Kepuasan Konsumen.....	19
2.6.1 Konsep Kepuasan Konsumen	19
2.6.2 Nilai yang Dipikirkan Pelanggan	20
2.6.3 Strategi Kepuasan Konsumen	21
2.6.4 Kepuasan Total Pelanggan	21
2.6.5 Mengukur Tingkat Kepuasan Konsumen.....	21
2.6.6 Tanda-Tanda Konsumen yang Puas.....	22
2.7 Kerangka Pemikiran.....	23
2.8 Pengembangan Hipotesis	25

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian.....	26
3.2 Jenis Penelitian.....	26
3.3 Operasional Variabel.....	27
3.4 Populasi dan Sampel	30
3.4.1 Kerangka Sampling.....	31
3.4.2 Teknik Sampling	31
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.6 Uji Instrumen	31
3.6.1 Uji Validitas	31
3.6.2 Uji Reliabilitas	32
3.7 Uji Asumsi Klasik.....	33

3.7.1 Uji Normalitas.....	33
3.7.2 Uji Heterokedastisitas	33
3.7.3 Uji Multikolineritas.....	34
3.8 Analisis Regresi Linier Berganda	34
3.9 Uji Signifikan Statistik.....	35

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Responden	37
4.2 Analisis Deskriptif Data Responden	38
4.3 Analisis Deskriptif Data Penelitian.....	44
4.3.1 Variabel Kualitas Pelayanan (X).....	44
4.3.1.1 Sub Variabel <i>Tangible</i> (X1).....	47
4.3.1.2 Sub Variabel <i>Reliability</i> (X2)	49
4.3.1.3 Sub Variabel <i>Responsivenees</i> (X3).....	51
4.3.1.4 Sub Variabel <i>Assurance</i> (X4)	53
4.3.1.5 Sub Variabel <i>Empathy</i> (X5).....	55
4.3.1.6 Sub Variabel Kepuasan Pelanggan (Y).....	57
4.3.1.7 Sub Variabel <i>Equitable Performance</i> (Y1).....	60
4.3.1.8 Sub Variabel <i>Ideal Performance</i> (Y2)	62
4.3.1.9 Sub Variabel <i>Expeted Performance</i> (Y3)	64
4.4 Uji Validitas dan Reliabilitas	66
4.4.1 Uji Validitas	66
4.4.2 Uji Reliabilitas	69
4.5 Uji Analisis Regresi	70
4.5.1 Uji Asumsi Klasik	70
4.5.1.1 Uji Normalitas.....	70
4.5.1.2 Uji Multikolinearitas	71
4.5.1.3 Uji Heteroskedastisitas.....	73
4.6 Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan .	80
4.6.1 Analisis Persamaan Regresi Linear Berganda	80
4.6.2 Analisis Korelasi Ganda	82
4.6.3 Koefisien Determinasi	83

4.6.4 Uji Signifikasi Simultan (Uji F)	86
--	----

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan	88
5.2 Saran.....	89
Daftar Pustaka	90
Daftar Riwayat Hidup	103

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Operasional Variabel.....	27
Tabel 4.1	Jenis Kelamin Responden	39
Tabel 4.2	Usia Responden.....	40
Tabel 4.3	Pekerjaan Responden	41
Tabel 4.4	Pendapatan/Uang Saku Responden.....	42
Tabel 4.5	Denah Tempat Tinggal Responden.....	43
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan	45
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Tentang Sub Variabel Tangible.....	47
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Tentang Sub Variabel Reliability	49
Tabel 4.9	Tanggapan Responden Tentang Sub Variabel Responsivenees	51
Tabel 4.10	Tanggapan Responden Tentang Sub Variabel Assurance	53
Tabel 4.11	Tanggapan Responden Tentang Sub Variabel Empathy.....	55
Tabel 4.12	Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	58
Tabel 4.13	Tanggapan Responden Tentang Sub Variabel Equitable Performance	60
Tabel 4.14	Tanggapan Responden Tentang Sub Variabel Ideal Performance....	62
Tabel 4.15	Tanggapan Responden Tentang Sub Variabel Expeted Performance	64
Tabel 4.16	Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Variabel (X) Kualitas Pelayanan...	67
Tabel 4.17	Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Variabel (Y) Kepuasan Pelayanan	68
Tabel 4.18	Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Penelitian Variabel X dan Y	68
Tabel 4.19	Nilai Koefisien Regresi	81
Tabel 4.20	Koefisien Korelasi dan Taksirannya	82
Tabel 4.21	Nilai Koefisien Korelasi Ganda	83
Tabel 4.22	Nilai Koefisien Determinasi.....	84
Tabel 4.23	Nilai Koefisien Regresi	85
Tabel 4.24	Nilai Jumlah-Jumlah Kuadrat	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Bauran Pemasaran 4P	9
Gambar 2.2 Bauran Pemasaran 7P	14
Gambar 2.3 Pemasaran Interaktif.....	16
Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran.....	24
Gambar 3.1 Kerangka Sampling	31
Gambar 4.1 Diagram Distribusi Frekuensi Jenis Kelamin Responden.....	39
Gambar 4.2 Diagram Distribusi Frekuensi Usia Responden	40
Gambar 4.3 Diagram Distribusi Frekuensi Pekerjaan.....	41
Gambar 4.4 Diagram Distribusi Frekuensi Pendapatan	42
Gambar 4.5 Diagram Distribusi Frekuensi Denah Tempat Tinggal	43
Gambar 4.6 Diagram Frekuensi Kategori Variabel Kualitas Pelayanan.....	46
Gambar 4.7 Diagram Frekuensi Kategori Sub Variabel Tangible	48
Gambar 4.8 Diagram Frekuensi Kategori Sub Variabel Reliability	50
Gambar 4.9 Diagram Frekuensi Kategori Sub Variabel Responsivenees.....	52
Gambar 4.10 Diagram Frekuensi Kategori Sub Variabel Assurance	54
Gambar 4.11 Diagram Frekuensi Kategori Sub Variabel Empathy.....	56
Gambar 4.12 Diagram Frekuensi Kategori Sub Variabel Kepuasan Pelanggan...	59
Gambar 4.13 Diagram Frekuensi Kategori Sub Variabel Equitable Performance	61
Gambar 4.14 Diagram Frekuensi Kategori Sub Variabel Ideal Performance.....	63
Gambar 4.15 Diagram Frekuensi Kategori Sub Variabel Expeted Performance..	65

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	Kuisisioner.....	92
Lampiran B	Hasil Uji Statistik.....	98